

論文

大学生における SNS 利用と自己表出傾向との関連

中 村 信 次

日本福祉大学 全学教育センター

Relationship between Usage of Social Network Services and Self-Presentation in Japanese University Students

Shinji NAKAMURA

Inter-departmental Education Center, Nihon Fukushi University

Keywords : 自己開示, 自己呈示, インターネット, ソーシャルネットワークサービス (SNS)

Abstract

Recent progress in the Internet technology enables everyone to present oneself easily toward many and unspecified readers. The current study conducted questionnaire survey which employed 527 Japanese university students in order to investigate relationship between SNS usage and participant's psychological characteristics concerning self-presentation. Results indicated that lower tendencies of self-abasement and self-concealment would be resulted in higher number of the Internet services through which the participants actively posted concerning oneself. On the other hand, usage of Internet services in a manner of reactive post (comment towards posts from another users) tended to increase self-abasement and self-concealment. These results would be helpful in understanding how university students were motivated in presenting themselves in the Internet.

概要

近年のインターネット技術の進展に伴い、誰もが気軽に不特定多数への自己表現が可能となった。本研究では、大学生を対象に総数 527 名の回答者が参加した質問紙調査を実施し、SNS をはじめとするインターネットサービス利用状況と回答者の自己表出傾向との関連を調べた。調査の結果、積極的な自己発信を行うインターネットサービスが多い回答者ほど、自己卑下型の自己呈示を行う傾向や自己を隠蔽する傾向が低いことが示された。また、他者の投稿に対するコメントを行うという応答型の発信を行うサービスがあるとした回答者は、そうではない回答者に比べて、自己卑下傾向と自己隠蔽傾向が高くなった。これらの結果は、大学生におけるインターネットを介した自己発信の動機づけの理解に役立つものと考えられる。

1. 目的

1990 年代以降、個人のワールドワイドウェブ (World Wide Web, 以下、ウェブ) 利用が一般化した

ことにより、インターネットを介した個人の情報発信が可能となった。特に、2000 年代に入ってから、ウェブログ (Weblog, 以下、ブログ) の普及により、特段

の技術を有さない利用者が容易に自己の意見を公開することが可能となり、その一般利用者への普及は加速度的に進展することとなった。日本においても、2000年代前半にいわばブログブームと呼ばれる状態となり、2008年においてインターネットに開設されされているブログが1690万件、2009年には2695万件を数えるまでになっている（総務省情報通信政策研究所、2009；ただし、そのうち月に1回以上更新されるものは300万件程度にとどまるとされる）。ブログの活用により、それまでメールによる一対一の、もしくはPC通信のフォーラムなどの管理されたグループにおける複数者間の情報伝達が中心であったコンピュータを介したコミュニケーション（computer mediated communication; CMC）が、不特定多数への情報伝達を中心としたものへと様相を変えることとなったと理解できる。

2000年代後半には、インターネット上のコミュニティサービスであるソーシャルネットワークサービス（Social Network Service, 以下 SNS）の利用普及が加速し、だれもが、いつでも、気軽に自身の意見を表明する、または身の回りに起こった出来事を文章や画像を用いて公開することが可能となった。坂本（2010）の調査によると、大学生のほぼ6割以上が SNS を何らかの形で使っており、2割以上がほぼ毎日それを利用していることが示されている（調査時点は2008年であるので、昨今の状況を考えると、SNS利用の比率は現在さらに増加しているものと考えられる）。SNSは、その普及初期においては、現実場面における知人間のコミュニケーションを、情報通信を用いてより効率的にするという目的を持っていたものである。その意味においては、根来（2006）の言うように、インターネット上における「複数の友人間における交換日記」としての機能を果たしていた。しかしながら、その利用が一般化する過程において、現実場面では接点がなく、インターネット上でのつながりのみを持つ利用者間の情報交換が頻繁になされるようになっている。匿名（架空名義）での利用や複数のアカウントの使い分けなど、本来の SNS の意義を考えると、それを逸脱する利用も多くなっている。この意味において、SNSにおける情報発信も、一般のブログのそれと同様に、不特定多数への情報の開示の側面を強く持つものとなったと考えてよい。

インターネット技術の進展に伴う上述のごとき変革により、これまで大手マスコミュニケーションや一部の著

名者に特権的に独占されてきた自己の意思表示が、すべての人にとって可能となった。インターネットを利用可能な膨大な数に上る個々人が、不特定多数への自由な情報伝達的手段（メディア）を保有するに至ったのである。情報発信の民主化といってよい革命的な変化を情報通信技術の進化が可能としたわけであり、このことは21世紀初頭の社会的変化として高く評価されるべき事項である。しかしながら、新しい変化（それがどれほど喜ばしいものであれ）の陰には負の側面も付随する。ツイッター（twitter）などの SNS を使った、発信者自身の不行跡の（行き過ぎた）開示により、それが思ってもいなかった社会的な批判を浴びてしまうという「事件」が相当数発生し、新聞紙上を賑わすことになった。また、インターネットを介したコミュニケーションに耽溺するあまり、その他の日常生活の遂行が困難になってしまう事案も数多く報道されている（いわゆる「ネット依存」 e.g., 中川 2008）。田淵・則定（2103）の調査では、一日5時間以上のインターネット利用は、対人恐怖を高め、調和性や誠実性を低めることが示されている。また、田淵らの同調査においては、インターネット上での自己開示をより頻繁に行う者は、そうではないものと比較して、精神的健康状況が悪い（うつ病傾向が高い）という傾向が明らかにされている。本来であれば、自己承認や自己表現の欲求を満たし、自己の精神状態にポジティブな影響を与えると考えられる自己の開示が、インターネットを介したものの場合ネガティブな影響を及ぼしかねない危険性ははらむものであることは、十分に考慮しなければならない。

これまで、インターネット上で自己表出を行う者の心理学的検討においては、利用者の自己開示特性との関連を中心に分析がなされてきている（例えば、古川、2008）。自己開示とは、「他者に対して、言語を介して伝達される自分自身に関する情報、およびその伝達行為をいう。狭義には、聞き手に対して何ら意図を持たず、誠実に自分自身に関する情報をつたえること、およびその内容をさす」と定義される（古畑 他、2002）。例えば先述の田淵らの調査では、抑うつ傾向の高い者は、実際の対面コミュニケーションよりもインターネット上でのコミュニケーションにおいて自己開示を有意に高く行うことが示されている（田淵・則定、2013）。また、インターネットを介した自己開示の内容を詳細に分析した加戸・友田（2014）では、「趣味や好きなこと」や「日常で起きた嫌

な出来事」を開示する群は、開示しない群よりも、GHQ28 (General Health Questionnaire 28 項目版) で計測される精神的健康状態がより健全であること、「良い経験」を書き込んだ後は、「悪い経験」を書き込んだ後よりもポジティブな感情が得られやすいことなどが示されており、インターネット上での自己開示の効用においては、自己開示内容が重要な役割を果たすことを示している。また、佐藤・吉田 (2008) は、インターネットを用いたコミュニケーションの大きな特徴である自他の匿名性が自己開示行動に及ぼす影響を実験的に分析し、自己の匿名性は相互作用への不安感を低減させるが、他者の匿名性は相手に対する親密さを抑制し、自己開示の抵抗感を高めることを明らかにした。

これまでのインターネット上での自己開示に関する心理学的研究では、インターネットを用いたコミュニケーションを、現実場面での対面コミュニケーションを代替 (もしくは補完) するものととらえ、本来の意味での「素直な」「誠実な」自己開示を取り上げてきている。しかしながら、インターネット上での匿名コミュニケーションの現状を鑑みるに、インターネット上で (現実とは異なる) 自己を演出し、戦略・意図をもって「見せたい自分を見せている」利用者も多く、相当程度の誇張された表出や、時には虚偽の自己表現もなされているものと思われる。対面コミュニケーションとは異なるインターネットコミュニケーションの特徴を考えると、字義のままの「素直な自己開示」ではなく、自己の戦略的な演出の側面を含んだ自己表出の分析を行うことが必要となろう。そこで本研究では、SNS などのインターネット上でのコミュニケーションサービスの利用状況と合わせ、自己呈示戦略や自己隠蔽傾向などを尋ねる質問紙調査を行うこととした。

2. 方法

日本福祉大学子ども発達学部の1年生対象の心理学入門科目 (「心理学概論」) 受講者を対象に、講義課題の一環として調査を実施した。調査はWeb アンケートフォーム (Google Form) を用いて実施した。調査対象者は回答期間中 (調査課題提示後2週間) の任意のタイミングで、インターネットを介して調査に参加した。重複回答等を回避するために、回答にあたっては大学ドメインへの参加を条件とし、回答者のログインアカウントの取得を行った。インターネット利用状況の経年変化を検討

するために、調査は2015年度と2016年度の2回、同一内容で実施された (両年度とも6月下旬に調査を実施した)。2015年度の調査参加者は266名 (男性85名、女性181名)、2016年度の調査参加者は261名 (男性107名、女性154名) であった。

調査においては、回答者の自己表出傾向を把握するために自己呈示規範内在化尺度 (吉田・浦, 2003)、日本語版自己隠蔽尺度 (河野, 2000)、インターネット上における行動特性を分析するためにインターネット行動尺度 (藤・吉田, 2009) に対する回答を求めた。

自己呈示規範内在化尺度では、自己呈示 (自分自身が他者からどのようにみられるかを戦略的に管理使用として行う行動) の戦略について、自己高揚呈示 (自分の有能さを積極的に売り込む) と自己卑下呈示 (自分の能力をはっきり示すことを控え、否定的な側面を示す) の2側面から測定する。自己高揚呈示は、例えば「自分自身の能力や性格は、誰にでもありのまま伝える」「自分のやりたいことで、能力があると思えば、積極的にアピールする」などの質問項目で測定され、自己卑下呈示では、例えば「自分自身について他者へ伝えるときは控えめに言う」「家族の誰かについて話題にすると、控えめに伝える」などの質問項目が用いられる。いずれも11項目 (計22項目) から構成され、それぞれの自己呈示の在り方を「まったく望ましくない (1)」から「非常に望ましい (5)」の5段階尺度で計測した。望ましい自己呈示に関しては文化差が存在し、日本をはじめとする東洋文化圏では自己卑下呈示が、欧米文化圏では自己高揚呈示が好意的に評価される傾向がある。

日本語版自己隠蔽尺度においては、「否定的もしくは嫌悪的と感じられる個人的な情報を他者から積極的に隠蔽する傾向」を、「自分の秘密はあまりにイヤなものである」「他人には話せない」「親友にも話せないことがある」などの12項目を用いて、「まったくそうではない (1)」から「そうである (5)」の5段階で計測した。

インターネット行動尺度は、質問項目がインターネットの特徴としてどれくらい当てはまるかを問うことで、インターネット上の行動の具体的内容进行分析する尺度であり、「自己演出」「自己開示」「自己客観化」「所属間獲得」「対人関係拡張」「攻撃的行動」「没入的関与」「依存的関与」「非日常的関与」の下位尺度からなるものである。本研究では、「自己演出 (項目例: 「いろいろな自分を演出することができる」)」「自己開示 (項目例: あり

のままの自分について話することができる)」「攻撃的行動(ネット上でなら、他人の悪口を言いやすい)」の3つを取り上げた。それぞれの下位尺度を構成する質問項目のうち、藤らの研究により因子負荷が高いとされた項目を質問項目として採択した(項目数はそれぞれ4, 3, 3)。また、インターネット行動尺度では、回答者の考えるインターネットの特徴を問うている。本研究の目的を鑑みるに、(回答者が認識している)インターネット自体の特徴ではなく、インターネット上での回答者の行動そのものを分析する必要がある。そこで、普段のインターネット利用に際する回答者本人の行動特性を尋ねる項目を設定した。実際の項目は、「インターネットでのコメントのやり取りでは、普段の会話以上に感情的になってしまふことがある(以下、『感情的対応』と略記)」「インターネットへの書き込みの際には、話を膨らませたり、面白くしようとしてしまう(誇張)」「自分のインターネットへの書き込みに、コメントが付くとうれしい(コメント期待)」「インターネットへの書き込みと、普段の会話とで、『キャラクター』を使い分けている(使い分け)」「インターネットへの書き込みの際に、ありのままの自分を出そうとしている(素直な自己開示)」の5項目であった。それぞれ「まったくあてはまらない(1)～非常によくあてはまる(5)」の5段階で回答を求めた。

次に、回答者のインターネット利用状況を尋ねた。動画や文章の投稿、コメントの付与により自己の意思表出やコミュニケーションが可能なインターネットサービスのうち、現状において調査対象である大学生の利用が多いと想定される「ツイッター(twitter.com)」「フェイスブック(www.facebook.com)」「ミクシィ(mixi.jp)」「ライン(line.me)」「ユーチューブ(www.youtube.com)」「ニコニコ動画(www.nicovideo.jp)」「インスタグラム(www.instagram.com)」,さらにはその他の「一般のブログ」の8種を対象として設定し、それぞれのサービスの利用状況を、「知らない」「使っていない」「人の投稿を読むだけ」「人の投稿にコメントする」「文章を投稿する」「文章や画像を投稿する」「コメントも投稿も行う」の7種の選択肢から選択させた。

最後に回答者の個人属性として性別と年齢に関する回答を求め、一日あたりのインターネット利用時間を「30分未満」「30分から1時間」「1時間から2時間」「2時間から3時間」「3時間から4時間」「4時間以上」の6種の選択肢から選択させることで回答させた。

すべての質問項目への回答は10分程度で終了した。質問への回答は「自己呈示規範内在化尺度」「自己隠蔽尺度」「インターネット行動尺度」「インターネットサービス利用状況」「個人属性および(回答者本人の)インターネット行動特徴」の5ブロックをこの順序で実施し、ブロック内の質問項目に関しては回答者ごとに質問提示順位をランダム化した。

3. 結果

3.1. 結果の整理

本研究で用いた心理尺度の信頼性を検討するために、自己呈示規範内在化尺度(自己高揚呈示および自己卑下呈示)、自己隠蔽尺度、インターネット行動尺度(自己演出、自己開示および攻撃的行動)のアルファ係数を算出した(表1)。0.7を若干下回る尺度も見られたものの、概ね信頼性が確保されていたものと判断し、それぞれの尺度に含まれる項目素点の平均により尺度得点を算出した(通常、自己呈示規範内在化尺度および自己隠蔽尺度においては、項目素点合計を用いて尺度得点を算出するが、他の尺度との比較を簡便にするために、本研究においては項目素点平均を用いることとした)。独自に追加された回答者本人のインターネット行動の特性を問う項目に関しては、項目素点をそのまま分析対象とした(以降、これらの尺度・項目得点のことを自己表出関連尺度得点と称する)。これらの尺度に関しては、調査年度間に特段の差異を認めなかった。そこで、2015年度調査と2016年度調査の結果を合算して分析することとした。

インターネット利用状況に関しては、「知らない」「使っていない」を『利用なし』,「人の投稿を読むだけ」を『情報受容』,「人の投稿にコメントする」を『応答的発信』,「文章を投稿する」「文章や画像を投稿する」「コメントも投稿も行う」を『積極的発信』と分類し、それぞ

表1 自己表出関連尺度の信頼性(クロンバックの係数)

自己呈示規範内在化尺度		自己隠蔽尺度	インターネット行動尺度		
自己高揚呈示	自己卑下呈示		自己演出	自己開示	攻撃的行動
.691	.667	.885	.816	.672	.637

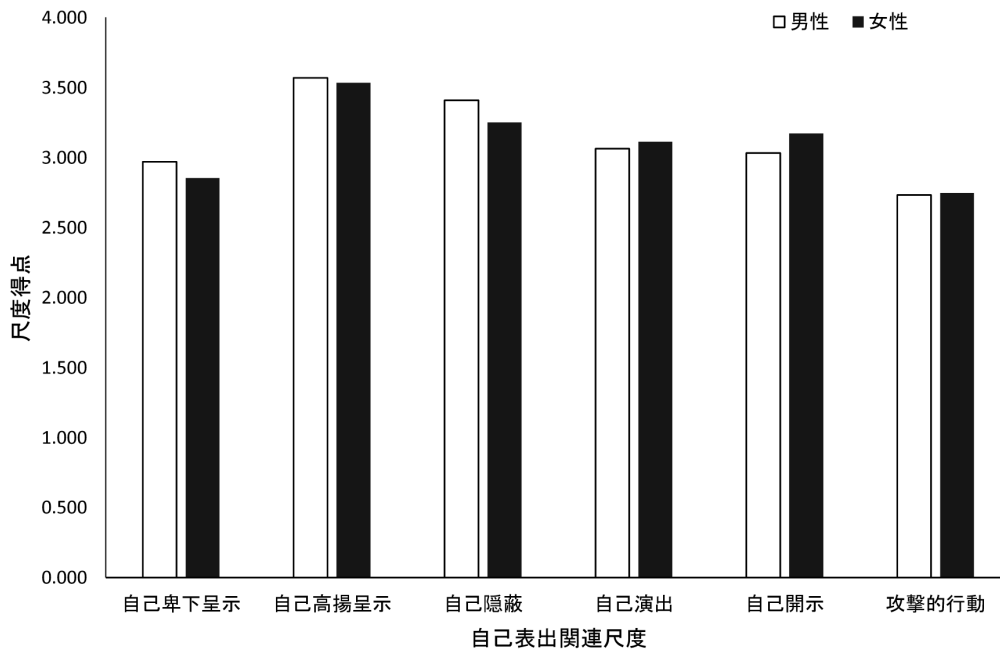


図1 自己表出関連尺度得点

れの区分の参加を行うインターネットサービス数をカウントした。インターネット利用状況に関しては、総体的な状況把握のための年度合算による分析と同時に、社会全般におけるインターネット利用状況の非常に速い変化を考え、その年度間比較も行うこととした。

3.2. 自己表出関連尺度およびインターネット行動の男女差

図1に各尺度得点の平均値を男女別に示す。対応のないt検定を適用したところ、男性の方が女性と比較して有意に自己卑下呈示得点が高いことが示された ($t(525) = 2.41, p < .05$)。また、自己隠蔽得点に関しては、わずかに有意水準には届かなかったが、男性の方が高くなる傾向が認められた ($t(525) = 1.94, p = .053$)。自己隠蔽尺度得点に関しては、本研究と同様に大学生を回答者とした大規模な調査研究において、全体平均が 36.7 (標準偏差 10.49 男性の平均 36.8, 女性の平均 36.7 で男女差なし; 河野, 2000) であることを考えると、本研究において確認された尺度得点は男女とも比較的高いと考えることができる (比較のために項目素点の単純合計を算出すると本研究では男性 40.90, 女性 38.86 となる)。調査対象となった大学の特性の違いに起因するものと考えられるが、結果の解釈において考慮する必要がある。また、自己卑下呈示得点および自己高揚呈示得

点に関しては、先行研究において確認された尺度得点とほぼ同等の値であった (吉田・浦, 2003)。インターネット行動尺度に関しては、今回計測した3つの下位尺度得点に有意な男女差は認められず、先行研究と比較しても顕著な差異は認められなかった (藤・吉田, 2009)。

次に、インターネット上での自身の行動特性を尋ねた項目の分析を行う。図2に、各項目得点の平均値を示す。対応のないt検定の結果、「コメント期待」と「素直な自己開示」において、女性の方が有意に男性よりも項目得点が高くなることが示された (それぞれ、 $t(525) = 4.15, p < .01$, $t(525) = 2.58, p < .01$)。上記の自己隠蔽得点および自己卑下呈示得点と併せて考えると、女性の方が男性より、他者からのレスポンスを期待しつつ、素直な自己開示をインターネット上で行っており、それらの行動特性が、自身の低い自己隠蔽傾向や自己卑下呈示傾向に起因していると想定できる (尺度得点間相関については次節において詳述する)。

3.3. 尺度得点間相関

次に、前節で述べた尺度得点 (項目得点) 間の相関を検討する。表2に尺度得点間の Pearson の積率相関係数を示す。自己呈示に関する心理尺度得点とインターネット行動にかかわる尺度得点が多岐に関連を示すことが理解できる。自己高揚呈示と自己卑下呈示は、互いに背反

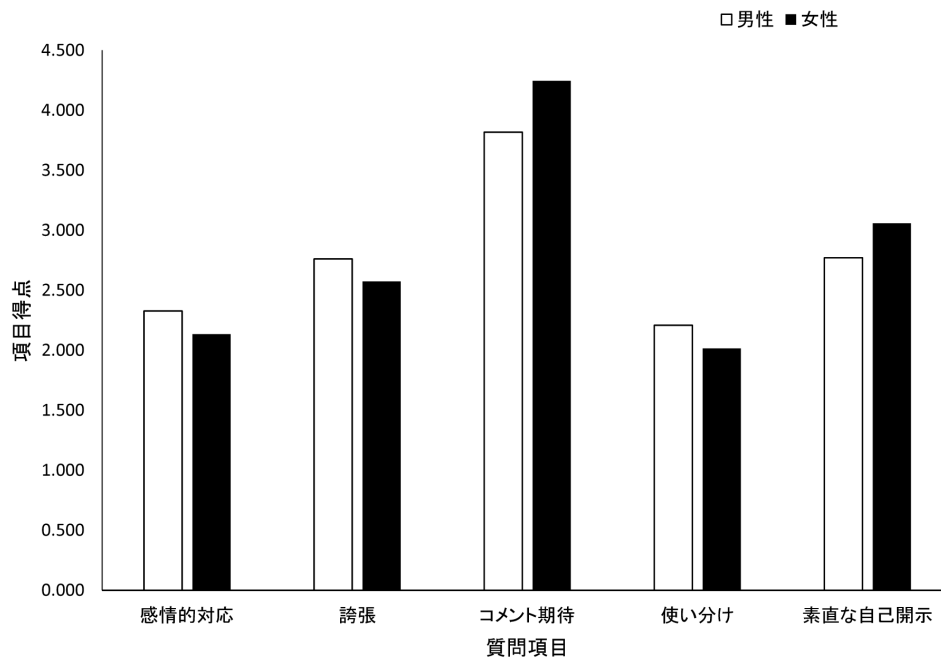


図2 インターネット上での自身の行動特性

表2 自己表出関連尺度得点間の相関

	自己高揚呈示	自己隠蔽	自己演出	自己開示	攻撃的行動
自己卑下呈示	-.452**	.304**	-.127**	-.245**	-.037
自己高揚呈示		-.185**	.206**	.266**	.110*
自己隠蔽			-.009	-.188**	.089*
自己演出				.497**	.432**
自己開示					.268**

** p<.001, * p<.05

表3 インターネット上の自身の行動特性間の相関

	誇張	コメント期待	使い分け	素直な自己開示
感情的対応	.395**	.243**	.465**	.129**
誇張		.311**	.366**	.194**
コメント期待			.150**	.331**
使い分け				.058

** p<.001, * p<.05

する内容を含み、その間の負の相関 (-0.45) は妥当なものであると理解できる。自己隠蔽得点は、自己卑下呈示と有意な正の相関 (0.30) を、自己高揚呈示と負の相関 (-0.19) を示しており、自己の情報を隠蔽する傾向の高いものは、自己高揚的な呈示ではなく、自己卑下的な呈示を行う傾向も有することが理解できる。

インターネット行動尺度の3下位尺度 (自己演出、自己開示、攻撃的行動) は相互に有意な正の相関を有していた (0.27~0.50)。ありのままの自己を表現するという自己開示と、自己を誇張して表現する自己演出など、取り上げた3尺度は必ずしもインターネット行動の類似

した側面を計測するものではない。今回得られたインターネット行動尺度得点間の相互の正の相関は、回答者のインターネットに対する関与の多寡、すなわちインターネット行動の全般的な量的な差異を反映したものかもしれない。同様に、回答者本人のインターネット行動特性を尋ねる項目 (感情的対応、誇張、コメント期待、使い分け、素直な自己開示) においても、相互の有意な正の相関が認められており (表3)、さらには (インターネット自体の特徴を尋ねる) インターネット行動尺度得点と回答者本人の行動特性の各項目の間 (表4) にも、広範に有意な正の相関が認められ、回答者個人ごとのインターネッ

表4 自己表出関連尺度得点と自身の行動特性間の相関

	自己演出	自己開示	攻撃的行動	自己卑下呈示	自己高揚呈示	自己隠蔽
感情的対応	.109*	.148**	.287**	.140**	.013	.198**
誇張	.224**	.188**	.227**	.003	.093*	.134**
コメント期待	.125**	.272**	.104*	-.128**	.196**	-.029
使い分け	.213**	.049	.293**	.145**	-.038	.252**
素直な自己開示	.123**	.307**	.087*	-.210**	.208**	-.202**

** p < .001, * p < .05

ト関与の総量の影響が示唆される。しかしながら、唯一、「使い分け」と「素直な自己開示」、および「使い分け」と（インターネット行動尺度の）自己開示得点という、内容的に背反する質問項目に関する回答においては、相関が認められず、今回の質問項目設定が、一定程度の弁別性を持ち、妥当性を有するものであると考えられる。

インターネット上での回答者本人の行動特性と自己表出関連尺度得点との関係（表4）をみると、「素直な自己開示」傾向の高い回答者は、自己高揚呈示傾向が高く、自己卑下呈示および自己隠蔽の傾向が低くなる。また、キャラクターの「使い分け」傾向が高い回答者は、自己卑下呈示および自己隠蔽の傾向が強くなる。その他、「コメント期待」と自己呈示規範内在化尺度との関係、「感情的対応」や「誇張」と自己隠蔽傾向との正の相関などを含め、合理的に解釈できる結果である。

3.4. インターネット利用状況の分析

図3にインターネットサービス種別ごとの利用状況（両年度合算値）を示す。「ミクシィ」「フェイスブック」および「一般のブログ」においては、「利用なし」が回答者の3/4を超えている。とくに「ミクシィ」につい

ては利用なしが96%を占め、一時期国内における代表的SNSとして多くの利用者を獲得していた（特にその大半は大学生等の若年者であったと想定される）サービスから、近年ユーザーが離れていることを如実に表している。「ニコニコ動画」および「インスタグラム」に関しても、過半は「利用なし」としているが、情報受容や積極的発信を行っている回答者も一定数存在し、特に画像投稿を中核とする比較的新しいサービスである「インスタグラム」に関しては、27%の回答者が積極的発信を行っている。動画像投稿（共有）サービスである「ユーチューブ」に関しては、80%を超える回答者が情報受容のみを行っていた。同じく動画投稿を主とする「ニコニコ動画」においても、情報受容が占める割合が、応答的発信や積極的発信のそれを大きく上回っており、動画系サービスの特徴として取り上げることができる。「ツイッター」および「ライン」においては、積極的発信がそれぞれ63%および76%となり、多くの大学生が積極的な情報発信に用いる情報ツールとなっていることが理解できる。

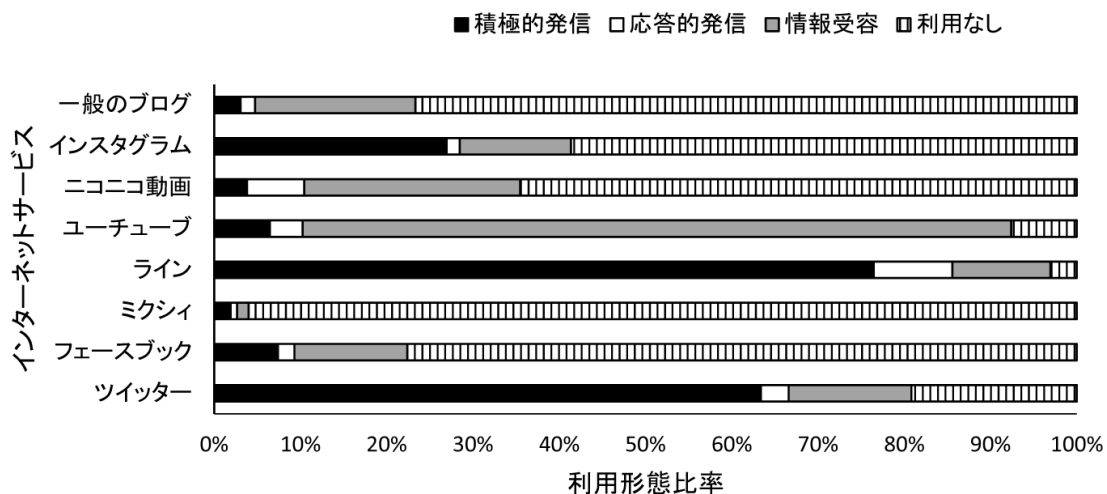


図3 インターネットサービスごとの利用形態比率

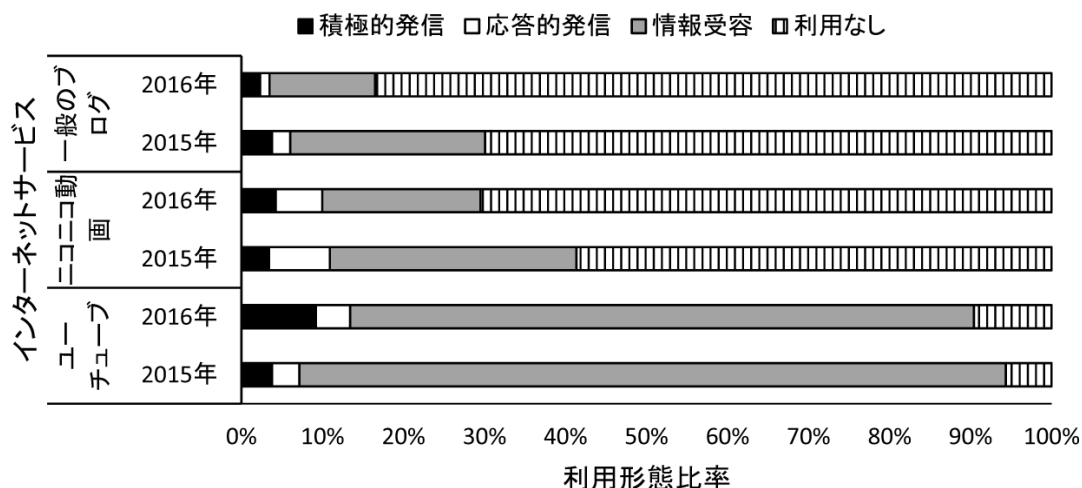


図4 調査年度別インターネットサービス利用形態比率

3.4.1. インターネット利用状況の年度間比較

² 検定の結果、2015年度調査と2016年度調査の間に利用状況の差異が認められたインターネットサービスは、「ユーチューブ」「ニコニコ動画」「一般のブログ」であった（それぞれ、 $\chi^2(3) = 10.64, p < .05$, $\chi^2(3) = 9.99, p < .05$, $\chi^2(3) = 13.67, p < .01$ ）。「ツイッター」「フェイスブック」「ミクシィ」「ライン」「インスタグラム」の各サービスにおいては、年度間に有意な利用状況の変化はなかった。図4に年度間変化が認められたインターネットサービスの利用状況を示す。残差分析（ $\alpha = 0.05$ ）によると、「ユーチューブ」においては情報受容が減少し、積極的発信が増加している。一方、「ニコニコ動画」および「一般のブログ」利用においては、情報受容が「ユーチューブと同様」減少しているものの、反面「利用なし」が増加している。1年という短い時間経過の中でのインターネット利用状況の変化が確認される結果となった。

3.4.2. インターネット利用状況の男女間比較

年度間比較と同様に、² 検定を用いてインターネット利用状況の男女間比較を行った。² 検定の結果、男女間に有意な利用状況の差異が認められたのは、「ツイッター」「フェイスブック」「ユーチューブ」「ニコニコ動画」「インスタグラム」「一般のブログ」であった（それぞれ、 $\chi^2(3) = 21.21, p < .01$, $\chi^2(3) = 10.19, p < .05$, $\chi^2(3) = 10.26, p < .05$, $\chi^2(3) = 14.07, p < .01$, $\chi^2(3) = 41.50, p < .01$, $\chi^2(3) = 8.05, p < .05$ ）。「ミクシィ」および「ライン」には有意な男女差は確認できなかった。

図5に男女間で有意な利用状況の差が見られたサービスの利用状況を示す。残差分析（ $\alpha = 0.05$ ）の結果、「ツイッター」においては、女性は積極的発信が（男性よりも）多く、男性は「利用なし」が多い、「フェイスブック」においては、女性は情報受容が多く、男性は「利用なし」が多いことが示された。一方、動画配信系サービスである「ユーチューブ」および「ニコニコ動画」では、男性の積極的発信の比率が女性よりも有意に高く、静止画を中心とする「インスタグラム」では、女性の積極的発信の比率が男性に比して高くなっている（「ニコニコ動画」の未使用率は女性で高く、「インスタグラム」のそれは男性で高い）。情報発信を可能とするインターネットサービスであっても、その特性に応じて男女間で利用状況に差が生じていることが確認できた。

3.4.3. 一日のインターネット利用時間

表5に一日のインターネット利用時間に関する設問に対する回答の分布を示す。調査年度間および男女間で、有意な利用時間の差異は認められなかった。「4時間以上」と回答した回答者が最も多く（26.2%）、ついで「2～3時間（25.0%）」「3～4時間（19.0%）」とする回答が続いた。今回の調査においては、スマートフォンを介したインターネット利用も含めていたため、総体的には長時間の利用を示す結果となった。調査においては、コミュニケーションのみに限定した質問設定ではなく、学習目的での利用も含まれると考えられるが、現在の大学生の現状を鑑みるに、その多くが友人間のコミュニケーションや娯楽目的での利用であろう。45%程度の回答者が、

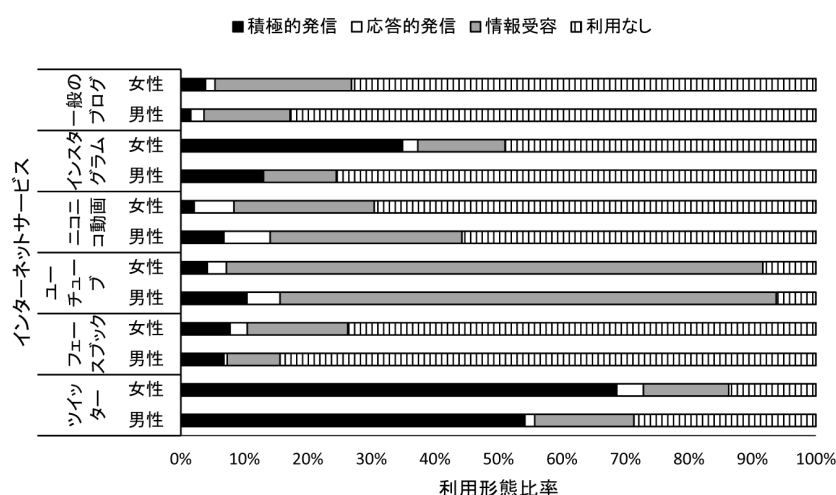


図5 男女別インターネットサービス利用形態比率

表5 一日のインターネット利用時間

	30分未満	30分～1時間	1時間～2時間	2時間～3時間	3時間～4時間	4時間以上
人数	16	50	91	132	100	138
構成比 (%)	3.0	9.5	17.3	25.0	19.0	26.2

一日の日中想定活動時間の20%相当以上をインターネット利用に充てている現状に関しては留意が必要であろう。

3.5. 自己開示傾向とインターネット利用状況の関係

本研究の第一の目的は、自己開示規範内在化尺度および自己隠蔽尺度によって測られる自己表出の傾向と、インターネットにおける自己開示行動との関係を分析することにある。本節では、上記目標の遂行のため、本研究で取り上げた7種のインターネットサービスのうち、「積極的発信」「応答的発信」「情報受容」「利用なし」を行うと回答したサービスの件数をカウントし、それらの値を分析対象として自己開示傾向との関係を調べた（「利用なし」および「情報受容」に関しては自己開示傾向と明瞭な関連を示すことがなかったため、今回の検討からは除外した。また、「積極的発信」と「応答的発信」の分析に関しても、区分間のサンプル数を可能な限り均衡させるために、異なる取り扱いを行った）。

「応答的発信」に関しては、それを行うインターネットサービスが少なくとも1種以上あるとした回答者（112人）と、全くない（415人）とした回答者を区分して、両回答者群間の自己表出関連尺度得点の差異を検討した（「応答的発信」を行うサービスがないとして回答者も、自らの積極的な発信（投稿）を行いつつ、応答的発信（コメント）を行っているものも多数含まれるので、

上記人数は、応答的なかかわり方しかしないとした回答者が112名存在することを示し、応答的対応を行う回答者がその人数しか存在しないということを示すものではない）。対応のないt検定の結果、応答的発信の有無により区分された回答者群間で有意な差異が認められたのは、自己卑下得点（ $t(525) = 2.50, p < .05$ ）および自己隠蔽得点（ $t(525) = 2.05, p < .05$ ）においてであり、いずれも応答的対応のみをするサービスがあるとした回答者において尺度得点が高くなっていた（図6参照）。その他の自己表出関連尺度得点（自己高揚呈示、インターネット行動尺度、自身のインターネット行動にかかわる設問）に関しては、群間に有意な差を認めなかった。自己卑下呈示が高く、自己隠蔽傾向が高い、すなわち自身の自己開示・自己呈示に関しネガティブな態度をとる傾向の高い回答者において、応答的発信のみを行う可能性が高いという結果は、次に詳述する積極的発信に関する分析とも関連するものと考えられるため、後に合わせて考察する。

「積極的発信」に関しては、自身からの投稿を行うインターネットサービスの種類数を、0、1、2、3以上と区分した（3種類以上のサービスにおいて積極的発信を行うとした回答者を同一区分とした）。それぞれの区分に相当する回答者は84人、111人、162人、170人であった（3種類以上のサービスにおいて積極的発信を行って

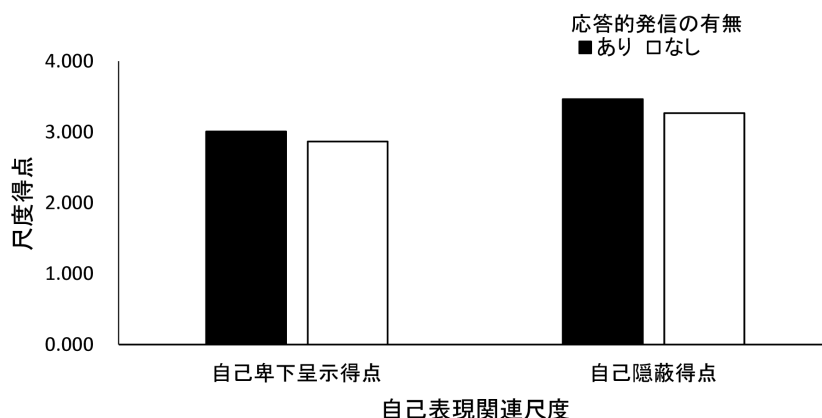


図6 応答的発信を行うインターネットサービスの有無による自己表現関連尺度得点の変化

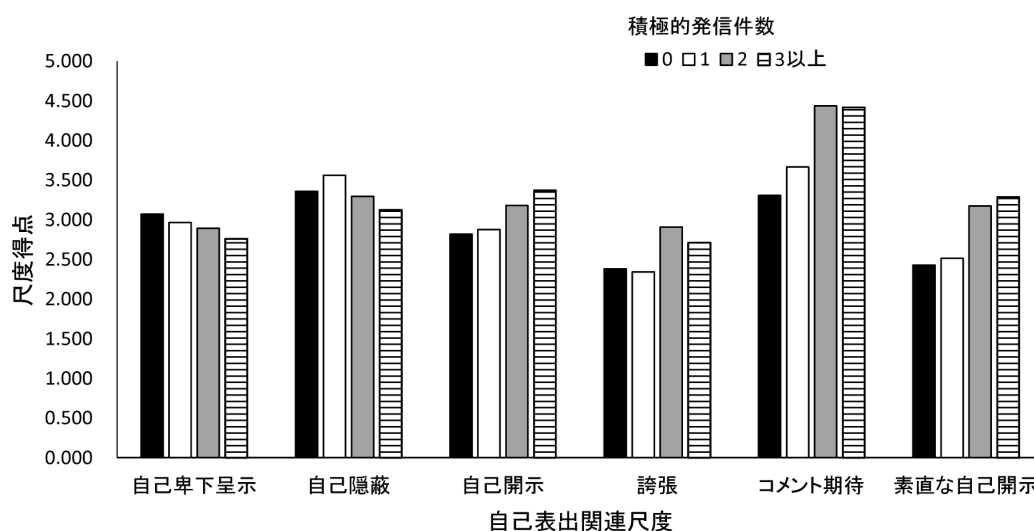


図7 積極的発信を行うインターネットサービス件数に伴う自己表現関連尺度得点の変化

いるとした回答者は実際には、3種類129人、4種類30人、5種類10人、6種類1人であった）。積極的発信件数を独立変数、自己表出関連尺度得点を従属変数とした一元配置分散分析を行ったところ、積極的発信の多寡により有意な差異が認められたのは、自己卑下呈示得点 ($F(3,523) = 7.56, p < .001$)、自己隠蔽尺度得点 ($F(3,523) = 5.39, p < .001$)、インターネット行動尺度のうち自己開示得点 ($F(3,523) = 8.52, p < .001$) であった。図7に積極的発信件数の違いにより有意な差異が認められた自己表出関連尺度を図示する。自己隠蔽および自己卑下呈示は積極的発信が少ない回答者群において高く、(インターネットにおける)自己開示は積極的発信が多い回答者群において高い。後者の結果は尺度の設計に鑑み非常に妥当なものであり、インターネット行動尺度の

妥当性を確認するものである。自己隠蔽および自己卑下呈示と積極的発信の関係に関しては、先述した応答的発信件数と相補関係にあり、それが高いと応答的発信が、低いと積極的発信が増加することとなる。一日のインターネット利用時間の分析において述べたように、今日の大学生はかなりの多くの時間をインターネット利用に割いている。自己隠蔽傾向が高く、自己呈示に際し卑下的な戦略をとりやすい回答者は、インターネット上においても積極的な自己発信を行うことは少ないと考えられるので、その補償として他者の投稿に対するコメントなどの応答的発信の時間が増加するのではなかろうか。

インターネット上での回答者本人の行動特性に関しては、「誇張 ($F(3,523) = 5.16, p < .001$)」「コメント期待 ($F(3,523) = 32.10, p < .001$)」「素直な自己開示 (F

(3,523) = 17.30, $p < .001$)」において積極的発信の有意な影響が認められた (図 7)。いずれも、積極的発信件数の多い回答者群において項目得点が高くなっていることが確認できる。「誇張」と「素直な自己開示」のように、背反する行動特性が、積極的発信件数により同一の影響を受けていることから、回答者がインターネットに対して積極的に発信を行う動機には様々なものがあることが示唆される。自己の誇張表現と素直な表現、双方の目的が、インターネットにおける大学生の積極的発信の増加を引き起こすのであろう。また、「コメント期待」は積極的発信と顕著な対応関係を持ち、コメント期待の高い回答者は積極的発信 (を行うインターネットサービス) の件数も多くなる。自身の発信に対する外部からの応答が報酬となり、積極的発信という行動を強化しているという図式を想定することができる。

4. まとめと課題

本研究は、大学生におけるインターネット利用状況と自己表出特性との関連を分析する2か年にわたる調査を実施し、自己開示に関してネガティブな態度をとる回答者は、SNS等のインターネット利用に関し、他者の投稿にコメントをつけるのみの応答的発信をとる傾向が強く、反対に自己開示に関してポジティブな回答者においては、自ら情報を投稿する積極的発信をとる傾向が強いことを明らかにした。また、インターネットにおいて積極的発信を行う動機付けとしては、自身のありのままの素直な自己表現や (自分をよく見せようとする) 自己の誇張表現、他者からの反応の期待など、様々なものが想定されることを示唆する結果も得た。これらの結果は、大学生のインターネット利用の実態を明らかとするとともに、そのより有効な利用の在り方を検討する際の基盤として、有益な知見を与えてくれるものである。

本研究においては、SNSを中心とする各種のインターネットの利用実態に対し、代表的な8種のサービスに対する参加の仕方を、「利用なし」「情報受容 (他者の投稿やコメントを読むのみ)」「応答的発信 (他者の投稿に対しコメントをつける)」「積極的発信 (自ら投稿を行う)」のいずれかに分類し、それぞれの参加形態をとるサービスの件数をカウントすることにより分析した。したがって、それぞれの利用における、その「濃さ」は取得されていないことになる。例えば、ある1種のサービスを排他的に長時間利用し、そこで濃密な積極的発信を行って

いる回答者においても、「積極的発信」件数が1件のみとカウントされてしまうことになる。今後、サービス種別ごとの利用時間や投稿数等を尋ねることにより、さらに詳細に利用の実態を捕捉する努力が必要である。また、本研究においては特定の大学の特定の一学部所属の一年生を対象に調査を行ったにすぎず、その結果に基づき大学生全体の傾向を議論することは限界がある。今後は幅広い属性の学生を対象とした調査を行い、今回得られた結果の一般性を確認する必要がある。

本研究においては、大学生におけるインターネット利用行動の規定因を検討するために、回答者の自己表出関連尺度に対する回答をインターネット利用状況と併せて尋ね、その間の関連を分析した。自己隠蔽や自己呈示などの、自己の表出にかかわる特性以外にも、承認欲求や親和欲求など、インターネット上での行動に影響を及ぼす心的要因は多種存在すると想定される。これらの要因も組み込むことにより、インターネット上での自発的自己表現にかかわる心的機序をより詳細に検討していくことが望まれる。また、本調査の結果からも現在の大学生の長時間にわたるインターネット利用の実態が明らかにされたが、あまりに過度なインターネット利用はいわゆる「インターネット依存」と呼ばれる状況を引き起こしかねず、利用者の心的健康状態に望ましくない影響を及ぼすことが考えられる。今後は、インターネット利用に伴う負の側面に関しても焦点を当てた調査を行っていくことが必要となろう。

引用文献

- 加戸美光・友田貴子 2014 「大学生におけるインターネット上での自己開示と精神的健康の関連」 埼玉工業大学人間社会学部紀要, 12, 21-26
- 河野和明 2000 「自己隠蔽尺度 (self-concealment scale) ・自己希求尺度・自覚的身体症状の関連」 実験社会心理学研究, 40, 115-121
- 坂本季実子 2010 「インターネット上における大学生の自己開示に関連する要因」 KGPS review: Kwansei Gakuin policy studies review, 13, 1-29
- 佐藤広英・吉田富二雄 2008 「インターネット上における自己開示 自己 他者匿名性の観点からの検討 -」 心理学研究, 78, 559-566
- 総務省情報通信政策研究所 2009 「ブログ・SNSの経済効果の推計」
- 田淵優沙・則定百合子 2013 「大学およびインターネットにおける自己開示に関する研究：不適応傾向、性格特性、インターネット利用時間との関連」 和歌山大学教育学部紀要。

人文科学, 63, 205-213

中川祥一 2008 「ネット中毒は孤独感を誘起するか」 年報
人間科学, 29-2, 43-59

根来達之 2006 「mixi と第二世代ネット革命」 東洋経済新報
社

古川良治 2008 「インターネットにおける自己開示研究の方向
性に関する考察」 社会イノベーション研究, 3, 1-18

古畑和孝（編著）2002 「社会心理学小辞典」 有斐閣

藤桂・吉田富二雄 2009 「インターネット上での行動内容が社
会性・攻撃性に及ぼす影響 ウェブログ・オンラインゲー
ムの検討より 」 社会心理学研究, 25, 121-132

吉田綾乃・浦光博 2003 「自己呈示規範の内在化傾向に関する
探索的研究 日本人大学生における検討 」 自己心理
学研究, 1, 27-39